

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ РИЭЛТОРСКИХ УСЛУГ г. ЧЕЛЯБИНСКА

А.Д. Окольнішников

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

В статье проведено исследование конкурентной ситуации на рынке риэлторских услуг г. Челябинска. Проанализирована общая конкурентная ситуация по модели пяти сил М. Портера, приведена оценка каждой силы конкуренции и сделаны выводы относительно степени их проявления на анализируемом рынке. В работе приводятся данные относительно насыщенности рынка агентствами недвижимости, приводится их краткая характеристика. В статье также проведен достаточно подробный анализ ключевых игроков рынка риэлторских услуг г. Челябинска по ряду значимых с точки зрения потребителей услуг критериев, на основе представленного анализа построен многоугольник конкурентоспособности и сделаны выводы относительно наиболее сильных игроков рынка.

На основе проведенного маркетингового анализа автором статьи заключено, что рынок риэлторских услуг г. Челябинска в настоящее время является высококонкурентным рынком. Данный вывод позволил дать рекомендации относительно использования информации о конкурентной ситуации на рынке при планировании маркетинговой деятельности агентств недвижимости.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, маркетинг услуг, маркетинг риэлторских услуг, маркетинг в сфере недвижимости, маркетинг риэлторской компании, риэлторские услуги, рынок риэлторских услуг, конкурентный анализ, конкурентоспособность компании, анализ конкурентной среды.

Рынок риэлторских услуг, зародившийся в России в начале 90-х годов прошлого столетия одновременно со становлением рыночной экономики в стране, в настоящее время продолжает активно развиваться и находится в стадии роста [1, 2]. Это обусловлено, с одной стороны, активным развитием игроков рынка и повышением качества их работы, с другой – движением в сторону совершенствования инструментов регулирования рынка. При этом уровень развития рынка риэлторских услуг в регионах неравномерен, так, в Москве, Санкт-Петербурге и других крупных городах России уровень конкуренции достаточно высок, равно как и высоко качество работы риэлторов, в то же время в регионах ситуация может быть противоположной. Проведем подробный маркетинговый анализ конкурентной ситуации на региональном рынке риэлторских услуг г. Челябинска [3].

Для оценки силы конкуренции в отрасли используем модель пяти сил М. Портера. Эта модель позволяет оценить конкурентную среду по 5 силам конкуренции, которые представлены в виде определенных групп, влияющих на положение предприятия в отрасли: соперничество существующих в отрасли компаний, угроза появления новых конкурентов в отрасли, угроза появления товаров-заменителей, способность поставщиков диктовать свои условия и способность покупателей диктовать свои условия [4, 5].

Для анализа рынка риэлторских услуг по модели пяти сил М. Портера были последовательно рассмотрены роли каждой из пяти сил конкуренции применительно к рынку. Стоит отметить, что в силу специфики рынка риэлторских услуг «Угроза появления товаров-заменителей» отсутствует,

поскольку риэлторскую услугу саму по себе невозможно заменить другой услугой.

Каждый из введенных значимых факторов по каждой из четырех сил конкуренции оценивался в балльной шкале (от 0 до 3 баллов), где:

«0» – отсутствие признака или его проявления как фактора;

«1» – слабое проявление данного фактора;

«2» – умеренное проявление данного фактора;

«3» – значительное проявление данного фактора.

Поскольку все рассматриваемые факторы оказывают различное влияние на конкуренцию, для учета их относительной значимости также была проведена оценка «веса» (или вклада) каждого фактора в общий уровень конкуренции. «Вес» фактора для каждой из конкурентных сил оценивался в процентах (максимальный «вес» равнялся 100 %). Результаты проведенного анализа представлены в табл. 1.

На основе проведенного анализа конкуренции видно, что каждая из проанализированных сил в равной степени оказывает влияние на рынок риэлторских услуг, при этом силу данного влияния можно охарактеризовать, как среднюю. Интегральный балл влияния пяти конкурентных сил составляет 9,15.

В настоящее время на рынке г. Челябинска работает 461 офис агентств недвижимости и представлено 429 компаний [6]. Большая часть агентств недвижимости – 93,7 % – имеет всего один офис в городе, 6,3 % агентств недвижимости имеет два и более офиса, и 14,8 % из них – дополнительные офисы в г. Копейске.

Распределение офисов агентств недвижимости по территориальному признаку отражено

Результаты анализа рынка риэлторских услуг по модели пяти сил М. Портера

№	Факторы конкуренции	Вес фактора	Оценка фактора
Соперничество существующих в отрасли компаний			
1	Привлекательность рынка для работающих на нем компаний-конкурентов	0,30	2
2	Степень насыщенности и концентрации рынка (число и рыночная доля крупных компаний, конкурирующих на рынке)	0,35	3
3	Разнообразие услуг, предлагаемых конкурентами рынку	0,15	2
4	Барьеры ухода с рынка (ликвидность основных фондов и величина затрат на ликвидацию бизнеса)	0,05	1
5	Развитие собственных отделов продаж строительных компаний	0,15	3
	Средневзвешенная оценка уровня внутриотраслевой конкуренции		2,45
Угроза появления новых конкурентов в отрасли			
1	Барьеры входа на рынок (в том числе потребность в инвестициях, знание рынка, наличие опыта и репутации на этом рынке)	0,30	2
2	Сила сопротивления работающих на рынке компаний	0,20	3
3	Легкость поиска клиентов	0,30	3
4	Наличие и доступность квалифицированного персонала	0,20	2
	Средневзвешенная оценка уровня внутриотраслевой конкуренции		2,50
Способность поставщиков диктовать свои условия			
1	Уровень концентрации и организованность строительных компаний	0,15	1
2	Возможность строительных компаний диктовать рынку свои цены и условия реализации объектов недвижимости	0,40	3
3	Уровень цен и качество объектов недвижимости, предлагаемых застройщиками	0,20	2
4	Значимость для строительных компаний объемов реализации со стороны агентств недвижимости	0,10	1
5	Угроза вертикальной интеграции фирм в отрасли	0,15	2
	Средневзвешенная оценка уровня внутриотраслевой конкуренции		2,15
Способность покупателей диктовать свои условия			
1	Уровень концентрации потребителей	0,10	2
2	Чувствительность потребителей к уровню цен на риэлторскую услугу	0,25	3
3	Степень информированности потребителей о рынке и отдельных компаниях	0,15	2
4	Уровень покупательского спроса	0,15	1
5	Чувствительность покупателей к качеству предоставляемых услуг и профессионализму риэлторов	0,15	3
6	Рост доходов и покупательной способности населения	0,20	1
	Средневзвешенная оценка уровня внутриотраслевой конкуренции		2,05

на рис. 1, где видно, что большая их часть располагается в Центральном районе города – 28,5 %, такая тенденция объясняется стремлением агентств выбрать более удобное для клиента расположение своего офиса.

В г. Челябинске существует риэлторское профессиональное сообщество – коллективный член Российской гильдии риэлторов – НП Региональная Гильдия Риэлторов «Южный Урал» (НП РГР «ЮУ»). Работа гильдии направлена на соз-

дание цивилизованного рынка недвижимости Челябинска и области, поэтому деятельность НП РГР «ЮУ» имеет важное значение как для ее членов, так и для их клиентов. Сегодня в состав НП РГР «ЮУ» входит 15 агентств недвижимости города.

Члены НП РГР «ЮУ» проходят серьезный отбор, исходя из наличия документов, подтверждающих деятельность организации, опыта работы на рынке, уровня квалификации сотрудников.

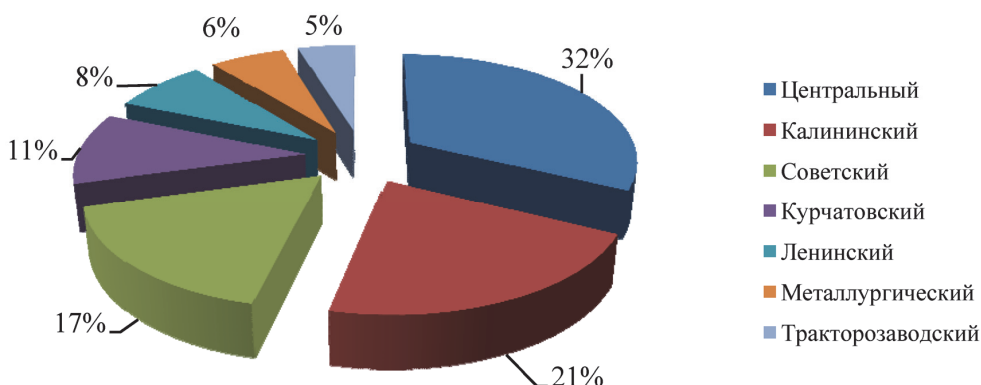


Рис. 1. Распределение офисов агентств недвижимости по территориальному признаку

Гильдия обладает эксклюзивным правом в Челябинске и области проверять уровень знаний и выдавать аттестаты агента и брокера, проводить добровольную сертификацию компаний. Сертификация была разработана к моменту отмены лицензирования, когда на рынке недвижимости стали появляться недобросовестные «черные» маклеры.

Гильдия риэлторов призвана также информировать население о том, что происходит на рынке недвижимости, давать свои заключения, экспертные оценки. НП РГР «ЮУ» входит в состав Российской гильдии риэлторов (РГР), что позволяет компаниям-членам региональной гильдии выходить на другие регионы, так как РГР объединяет профессионалов со всей страны.

Принято считать, что риэлторская услуга включает в себя несколько направлений деятельности [7]:

1) брокерские услуги: продажа, подбор и аренда жилой, загородной и коммерческой недвижимости, данные услуги также могут включать юридическое сопровождение сделки;

2) услуги подбора ипотечных программ (данные услуги могут оказываться как самим агентом по недвижимости, так и специалистом по ипотеке);

3) юридические услуги (аналогично услугам подбора ипотечных программ могут оказываться самим агентом по недвижимости или юристом);

4) консалтинг и аналитика рынка недвижимости; данное направление деятельности может присутствовать в агентстве недвижимости как для удовлетворения собственных нужд (определение цены объекта недвижимости, оценка объема предложения и т. п.), так и для продажи аналитических отчетов сторонним организациям;

5) управление инвестициями (управленческий консалтинг);

6) реализация собственных девелоперских проектов.

Как уже отмечалось, в настоящее время в Челябинске работает более 400 агентств недвижимости, большая часть которых специализируется

только на предоставлении брокерских услуг на рынке жилой недвижимости [6].

Меньше агентств работает с объектами загородной и коммерческой недвижимости, достаточно небольшое количество агентств имеют в своем штате помимо риэлторов юристов, специалистов по ипотеке и аналитиков. А такие услуги, как аналитика рынка недвижимости, управленческий консалтинг, а также реализация собственных девелоперских проектов, представлены в ассортименте достаточно малого числа крупных агентств недвижимости.

В результате, на рынке Челябинска можно выделить достаточно небольшую группу компаний, которые не специализируются на одном сегменте недвижимости, а могут предложить довольно широкий спектр услуг по работе с объектами недвижимости. Именно такие компании в настоящее время отвечают за основной объем сделок с недвижимостью, сопровождающихся посредническими услугами, и составляют основную конкурентную силу рынка. Исходя из этого, автором проведен маркетинговый анализ ключевых игроков рынка риэлторских услуг, для которого было выбрано 10 агентств недвижимости. Критериями, по которым выбирались конкуренты для сравнения, являются:

- набор предоставляемых услуг – агентство недвижимости должно заниматься брокерскими операциями не только с жилой недвижимостью, а также предоставлять своим клиентам дополнительные услуги – юридические, ипотечные и т. п.;

- организационно-правовая форма – агентство недвижимости должно быть юридическим лицом;

- место расположения офиса – офисный центр или офис на первом этаже жилого дома с отдельной входной группой на первой линии домов;

- масштабы деятельности компании (количество сотрудников, листинг объектов недвижимости и т.п.).

Агентства недвижимости, принявшие участие в конкурентном анализе рынка: АН «Компаньон»,

Маркетинг

ЦН «Форум», АН «Дан-Инвест», АН «Фамиан», АН «РиэлтСтройком», «ИВС-Недвижимость», Агентство «Сити-недвижимость», Федеральная риэлторская компания «Этажи», АН «Альфа», АН «МАРИС-недвижимость».

В табл. 2 представлено сравнение агентств недвижимости. Каждая из проанализированных компаний получила оценку по выделенным факторам по шкале от 1 до 10 баллов, где «1» – незначительное проявление фактора; «10» – сильное проявление фактора [8, 9]. Кроме того, для каждого из анализируемых показателей был определен его вес с точки зрения значимости при выборе компании потребителем услуги.

Данные оценки расставлялись на основе анализа вторичной информации – оценка агентств бизнес сообществом, проводимая в рамках ежегодной премии «Риэлторская компания года» интернет-порталом «Domchel», интернет-ресурсы анализируемых агентств недвижимости, а также на основе информации, полученной в рамках интервью с экспертами рынка риэлторских услуг г. Челябинска [10]. Рис. 2 иллюстрирует полученные проанализированными компаниями оценки.

На основании сравнительного анализа ключевых игроков рынка риэлторских услуг видно, что наиболее сильными конкурентами являются: АН

«Компаньон», АН «Форум», АН «Дан-Инвест». Аналогичный сравнительный анализ, проведенный четыре года назад, показывал иную конкурентную ситуацию на рынке – среди ведущих компаний были выделены АН «Компаньон», РК «Служба недвижимости», Центр недвижимости «Елькина85».

Проведенный комплексный маркетинговый анализ конкурентной ситуации на рынке риэлторских услуг г. Челябинска позволяет заключить, что анализируемый рынок является высококонкурентным, что обусловлено большим количеством компаний, работающих на рынке, а также высокой степенью схожести предоставляемых услуг. Кроме того, можно говорить о достаточно высокой динамике рынка, обусловленной быстрой сменой расстановки сил между игроками рынка, так выделенные в рамках сравнительного анализа компании, являющиеся лидерами рынка, в недалеком прошлом таковыми не были. Таким образом, с точки зрения функционирования риэлторских компаний актуальным является систематическое отслеживание деятельности конкурентов и адаптация работы компании, в том числе ее маркетинговой активности, к текущей рыночной ситуации, что позволит обеспечить долгосрочную конкурентоспособность компании на рынке.



Рис. 2. Многоугольник конкурентоспособности ключевых игроков рынка риэлторских услуг г. Челябинска

Таблица 2

Сравнительный анализ ключевых игроков рынка недвижимости г. Челябинска

Критерии конкурентоспособности	АН «Компаньон»	ЦН «Форум»	АН «Дан-Инвест»	«ИВС-Недвижимость»	АН «Риэлт-Стройком»	АН «Фамиан»	Агентство «Сити-недвижимость»	ФРК «Этажи»	АН «Альфа»	АН «МАРИС-недвижимость»	Вес фактора
Опыт агентства	8	6	8	7	10	5	4	10	9	8	0,15
Количество сотрудников (размер компании)	10	4	5	3	3	4	1	4	2	1	0,02
Соблюдение этических норм	8	10	9	9	5	6	4	3	4	1	0,15
Оперативность в работе с клиентами и партнерами	10	10	6	10	6	7	10	4	3	1	0,17
Уровень персонала	10	9	9	5	4	7	5	1	1	4	0,10
Маркетинговая политика	10	6	9	2	9	7	4	4	2	1	0,07
Ассортимент оказываемых услуг	10	5	4	3	3	5	1	3	3	3	0,13
Месторасположение офиса (наличие нескольких офисов)	9	7	6	4	3	2	4	4	2	2	0,15
Листинг объектов недвижимости в сегменте первичная жилая	10	5	10	6	5	2	0	3	4	3	0,02
Листинг объектов недвижимости в сегменте вторичная жилая	10	5	8	3	2	5	0	9	4	5	0,02
Листинг объектов недвижимости в сегменте коммерческая	8	2	4	10	8	1	0	1	0	1	0,02
Средневзвешенная оценка	9,21	7,44	7,06	6,17	5,50	5,22	4,43	4,34	3,59	2,88	

Литература

1. Морщицина, Н.И. Особенности становления и современное состояние рынка риэлторских услуг в сфере жилья / Н.И. Морщицина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – Т. 1, № 3 (49). – С. 61–64.
2. Рябоконт, С.В. Направления и динамика развития рынка риэлторских услуг в России / С.В. Рябоконт // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2012. – № 3 (104). – С. 217–224.
3. Паничкина, М.В. Управление маркетинговой деятельностью агентства недвижимости: концептуальный подход и элементы технологии / М.В. Паничкина, О.В. Корвяков // Известия ЮФУ. Технические науки. – 2008. – № 10 (87). – С. 87–96.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учебник / под ред. проф. Л.А. Данченко. – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2008. – 758 с.
5. Модель анализа пяти конкурентных сил Майкла Портера. – <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/porter-model/>
6. Ухова, А.И. Маркетинговое исследование ключевых показателей динамики рынка недвижимости Челябинска в 2013 году / А.И. Ухова // Научно-исследовательские публикации. – 2014. – № 8 (12). – С. 127–131.
7. Стерник, Г.М. Анализ рынка недвижимости для профессионалов / Г.М. Стерник, С.Г. Стерник. – М.: Экономика, 2009. – 606 с.
8. Классификация критериев конкурентоспособности товара. – <http://powerbranding.ru/competition/konkurentosposobnost-factory/>
9. Многоугольник конкурентоспособности. – <http://powerbranding.ru/competition/mnogougolnik-konkurentosposobnosti/>
10. Топ-20 лучших риэлторов Челябинска. – <http://domchel.ru/text/realtor/112001506594816.html>

Окольнишников Алексей Дмитриевич. Аспирант кафедры «Логистика, экономика и управление на предприятиях транспорта, снабжения и сбыта», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), alex_2000let@mail.ru

Поступила в редакцию 3 ноября 2016 г.

DOI: 10.14529/em160420

MARKETING ANALYSIS OF COMPETITIVE SITUATION ON THE CHELYABINSK REAL ESTATE SERVICES MARKET

A.D. Okolnishnikov

South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

The article studies the competitive situation at the market of real estate services in Chelyabinsk. It analyzes the overall competitive situation on the model of the five forces of Michael Porter and evaluates each competitive force and draws conclusions about the degree of their display at the analyzed market. The article presents data on the saturation of the real estate market with agencies providing their brief characteristics. It has also carried out a sufficiently detailed analysis of the key companies acting at the Chelyabinsk real estate services market based on a number of criteria which are important from the consumer point of view, and, on the grounds of this analysis, the author builds a competitiveness polygon and makes conclusions about the most powerful companies at the market.

On the basis of the marketing analysis, the author of the article concludes that the Chelyabinsk real estate services market is a highly competitive market now. This finding allows giving recommendations about use of information on the market competitive situation for the planning of real estate agencies' marketing activities.

Keywords: marketing research, services marketing, real estate services marketing, marketing on real estate sphere, real estate agency marketing, real estate services, real estate services market, competitive analysis, company competitiveness, analysis of competitive environment.

References

1. Morshchinina N.I. [Features of Formation and the Current State of Real Estate Services Market in the Area of Housing]. *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Cherepovets State University], 2013, vol. 1, no. 3 (49), pp. 61–64. (in Russ.)
2. Ryabokon' S.V. [Directions and Dynamics of Real Estate Services Market Development in Russia]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 5: Ekonomika* [Bulletin of Adygeya State University. Series 5: The Economy], 2012, no. 3 (104), pp. 217–224. (in Russ.)
3. Panichkina M.V., Korvyakov O.V. [Management of Real Estate Agency Marketing Activities: Conceptual Approach and Elements of Technology]. *Izvestiya YuFU. Tekhnicheskie nauki* [Proceedings of SFU. Technical science], 2008, no. 10 (87), pp. 87–96. (in Russ.)
4. Danchenok L.A. (Ed.) *Marketing po notam: prakticheskiy kurs na rossiyskikh primerakh* [Marketing on notes: Practical Course on Russian examples]. Moscow, 2008. 758 p.
5. *Model' analiz pyati konkurentnykh sil Maykla Portera* [Analysis Model of Five Competitive Forces by Michael Porter]. Available at: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/porter-model/>
6. Ukhova A.I. [Marketing Research of the Key Indicators of the Real Estate Market Dynamics in Chelyabinsk in 2013]. *Nauchno-issledovatel'skie publikatsii* [Scientific research publications], 2014, no. 8 (12), pp. 127–131. (in Russ.)
7. Sternik G.M., Sternik S.G. *Analiz rynka nedvizhimosti dlya professionalov* [Real Estate Market Analysis for Professionals]. Moscow, Ekonomika Publ., 2009. 606 p.
8. Klassifikatsiya kriteriev konkurentosposobnosti tovara [Criteria Classification of Goods Competitive-ness]. Available at: <http://powerbranding.ru/competition/konkurentosposobnost-factory/>
9. Mnogougol'nik konkurentosposobnosti [Competitiveness Polygon]. Available at: <http://powerbranding.ru/competition/mnogougolnik-konkurentosposobnosti/>
10. Top-20 luchshikh rieltorov Chelyabinska [Top 20 of the Best Chelyabinsk Realtors]. Available at: <http://domchel.ru/text/realtor/112001506594816.html>

Alexey D. Okolnishnikov, Postgraduate at the Department of Logistics, Economics and Management of Transport, Logistics and Distribution Companies, South Ural State University, Chelyabinsk, alex_2000let@mail.ru

Received 3 November 2016

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Окольнишников, А.Д. Маркетинговый анализ конкурентной ситуации на рынке риэлторских услуг г. Челябинска / А.Д. Окольнишников // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2016. – Т. 10, № 4. – С. 137–143. DOI: 10.14529/em160420

FOR CITATION

Okolnishnikov A.D. Marketing Analysis of Competitive Situation on the Chelyabinsk Real Estate Services Market. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2016, vol. 10, no. 4, pp. 137–143. (in Russ.). DOI: 10.14529/em160420